图书情报工作
第 65 卷 第 16 期 2021 年 8 月



# 社会化视频推荐书目特征及其动因研究*
## ——以哔哩哔哩“读书等身”活动为例

许秦[1] 孟祥保[2] 顾建新[2]
[1] 东南大学经济管理学院 南京 211189 [2] 东南大学图书馆 南京 211189

摘 要：[目的/意义]社会化视频推荐书目是阅读推广新模式，深入研究有助于探索更精准化和个性化的阅读推广服务。[方法/过程]以哔哩哔哩视频平台“读书等身”活动产生的前 99 本推荐书目及其推荐视频为研究对象，统计分析其推荐书目特征、视频特征与推荐效果的关系，并运用扎根理论构建书目推荐动因模型。[结果/结论]社会化视频推荐书目内容以经典文学为主，推广方式具有较强的互动性和较高的影响力，推广动因包括个体特征、读书功用、知识价值和社会互动因素。对于图书馆而言，可在用户行为、视频营销、阅读内容、阅读生态、品牌塑造 5 个方面加强社会化视频阅读推广。

关键词：推荐书目 哔哩哔哩 阅读推广 图书馆 视频营销
分类号：G252.1
DOI：10.13266/j.issn.0252-3116.2021.16.006



## 1 引言

推荐书目研究是一个历久弥新的话题，一直为图书馆学、目录学乃至社会所关注。从阅读推广角度而言，目前推荐书目研究主要包括如下 4 个方面：①推荐主体研究，经历了从名家学者、学术机构到普通读者的发展历程，包括学术名家、图书馆、校长、馆长、专业教师等，呈现出多元化特征。如 20 世纪 20 年代，胡适和梁启超为青年学生所开列的国学书目[1]；2020 年，四川大学图书馆发布《“52 经典悦读”书目》[2]。②推荐对象研究，重点关注儿童[3]和青少年群体[4]，以引导阅读风尚、促进文化素质为目标。③推荐书目内容研究，对推荐书目的学科特征、载体形式、内容特征进行研究，如基于开放课程大纲大数据的推荐书目特征研究[5]。④推荐方式研究，如基于微信的推荐书目研究[6]，基于重大事件的阅读推广与推荐书目研究[7]。总体而言，推荐书目研究呈现出推荐主体日益广泛、分众推荐愈发精细、推荐方式趋向媒介融合等特征[8]。

随着以抖音、哔哩哔哩网站(bilibili，以下简称 B 站)为代表的社会化视频平台快速发展，社会化视频服务已成为融媒体时代图书馆阅读推广新范式，借助抖音短视频平台开展各类服务已成为我国省级公共图书馆的创新举措[9]。社会化视频平台也是阅读推广“带读机制”的重要平台，是深入分析农民视频类平台使用的行为习惯与规律的重要数据来源之一，有助于破解农村阅读“底层物语”的阻碍结界[10]。社会化视频阅读推广及其用户行为也开始引起了学界关注，例如徐彤阳和李婷以抖音短视频为例，从相关性和重要性两个角度分析了短视频社会化阅读推广效果[11]。杨玉宇和张鹏翼对 B 站视频标签的研究，表明视频社会标引主要以表达用户观点情感为目的，更能直接体现用户的内在行为特征[12]。因此，深入分析社会化视频阅读推广的内容、形式及其影响因素，有助于促进阅读推广的精准化和个性化，从而创新阅读推广活动方式，拓宽阅读推广研究边界。

## 2 研究设计

### 2.1 研究对象

在第 25 个“世界读书日”来临之际，B 站联合新华网、新华传媒、美丽中国、言又几、京东以及北京大学、

* 本文系国家社会科学基金青年项目“大数据时代图书馆数据素养教育理论构建与实践创新研究”(项目编号:17CTQ040)研究成果之一。
作者简介：许秦(ORCID:0000-0001-7805-834X)，硕士研究生，E-mail:1985002852@qq.com；孟祥保(ORCID:0000-0002-8635-1973)，副研究馆员，硕士；顾建新(ORCID:0000-0002-4250-1298)，教授，博士。
收稿日期:2021-01-27 修回日期:2021-04-03 本文起止页码:56-64 本文责任编辑:王传清

清华大学、复旦大学等9所高校发起“读书等身”大型专题活动，号召大家以读书丰富精神世界、以阅读提高全民素质。在2020年4月3日至23日期间，用户每发布一个“读书等身”话题视频，B站就将为美丽中国公益学校的孩子们捐献一本图书，视频内容主要是推荐自己喜欢的书、个人阅读史、朗读经典段落或语句等[13]。在此活动期间共发布约10 668个阅读推广视频，本文以B站UP主推荐的100种书及推荐视频为研究对象，原因在于：①典型性，B站是中国具有较高影响力的视频分享社交网站，用户群体以青年为主。该活动吸引众多用户参与，从这些视频中抽取推荐图书、解说词和发布者，以及用户点播量、转发数、弹幕数等用户使用数据，为研究青年读者的群体阅读画像提供了较好的视角和数据。②数据的可获取性，100种图书是由B站自行统计的“读书等身”视频征集活动数据，是B站用户推荐最多的100种图书。同时，该活动的后台数据未开放。因此，综合数据可及性、方案可行性以及样本代表性等因素，最终选择这100种图书及其推荐视频为本文研究对象。

### 2.2 研究方法

本文旨在探求“读书等身”视频阅读推广内容及其背后的原因，换言之，力求回答社会化视频书目推荐的几个基本问题：“谁在推荐？”“推荐了什么内容？”“如何推荐？”“推荐效果怎么样”“推荐原因是什么？”，按照由表及里、由现象到本质的探索思路，采用混合研究路径。混合研究的目的在于可以使研究者以实用的理由（结果为中心、问题为中心和多元性）为基础进行知识的应用，并且通过数字信息（定量）和文字信息（定性）的收集更好地理解研究的问题[14]。具体方法是：①内容分析方法，统计Top100图书及其推荐视频，定量分析推荐图书和推荐视频基本特征。既能体现推荐书目的分布情况，又能揭示推荐效果。②采用扎根理论方法，抽象概括视频字幕数据，解析推荐书目的背后推荐动因。既保持原始资料的内在关联性，又体现出理论的抽象性。

### 2.3 数据处理

首先，选择B站UP主推荐的100种图书，按推荐次数由高到低排序，由于《人类简史》和《人类简史：从动物到上帝》是同一本书，因此最终选择99种图书为本文分析对象。其次，完善图书信息，从CALIS联合目录数据库中收集和补充图书作者所属国家和图书类别等信息，并从豆瓣网站获取图书相关背景信息，如图书标签数据，为后文阅读特征分析提供对应的数据支持。再次，查找推荐视频，以“图书名称+读书等身”为检索式在B站中搜索相关推荐视频，筛选出点播次数最多的视频及其字幕作为数据来源，并记录下UP主、播放量、点赞量、视频时长等基本信息。初步检索结果是80个视频，删除重复视频，最终选取74个视频作为分析对象。最后，提取视频字幕数据，利用录音啦软件的视频提取字幕功能和录音转文字功能，提取了74个视频的字幕数据，共计17万多字，以此作为推荐动因数据集。同时从其他10 594个活动视频中随机选取10个视频，作为检验理论饱和度的预留样本。数据采集时间为2020年9月至10月，具体数据处理步骤如图1所示：

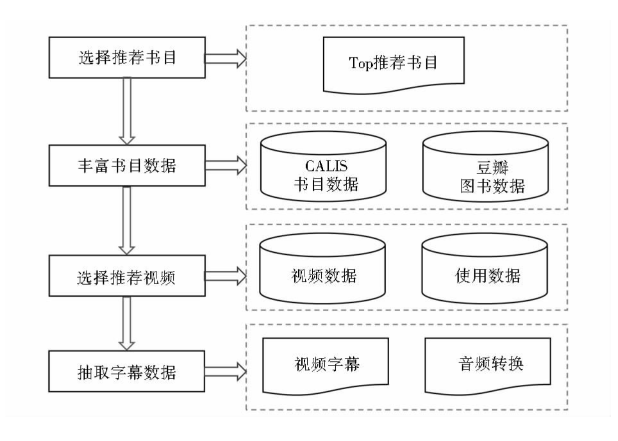



图1 数据处理过程

## 3 研究结果

按照前文所述研究思路，本文首先对99种推荐图书的作者、年代、类型进行整理和分析。在此基础上，进一步研究推荐视频的推广效果。最后通过开放性编码、主轴编码和选择性编码深入探讨UP主推荐图书的动因。

### 3.1 推荐书目

#### 3.1.1 推荐作者

（1）高推荐作家。99种图书出自77位作者之手，其中被推荐作品数量2种以上的作者有13位（见表1），前3位分别为推理作家、动画作家、科幻作家，直接体现了B站用户的阅读偏好。

（2）作者所在国家。B站推荐的99种图书的作者来源于12个国家（见图2），其中，主要来源于中国、日本、美国、英国、法国和俄罗斯这6个国家，其著作占推荐图书的92%。

#### 3.1.2 作品年代

根据著作首版时间或创作完成时间划分，20世纪

表 1 高推荐作家

| 序号 | 作者 | 作品数量/种 | 推荐作品 |
|---|---|---|---|
| 1 | 东野圭吾 | 8 | 《白夜行》《解忧杂货店》《沉默的巡游》《嫌疑人 X 的献身》《放学后》《圣女的救济》《幻夜》《恶意》 |
| 2 | 新海诚 | 4 | 《天气之子》《天气之子官方视觉设定集》《言叶之庭》《你的名字》 |
| 3 | 刘慈欣 | 3 | 《三体》《流浪地球》《球状闪电》 |
| 4 | 村上春树 | 2 | 《挪威的森林》《海边的卡夫卡》 |
| 5 | 费奥多尔·陀思妥耶夫斯基 | 2 | 《罪与罚》《卡拉马佐夫兄弟》 |
| 6 | 加西亚·马尔克斯 | 2 | 《百年孤独》《霍乱时期的爱情》 |
| 7 | 老舍 | 2 | 《骆驼祥子》《四世同堂》 |
| 8 | 列夫·托尔斯泰 | 2 | 《复活》《战争与和平》 |
| 9 | 太宰治 | 2 | 《人间失格》《女生徒》 |
| 10 | 王小波 | 2 | 《一只特立独行的猪》《沉默的大多数》 |
| 11 | 夏目漱石 | 2 | 《我是猫》《心》 |
| 12 | 尤瓦尔·赫拉利 | 2 | 《人类简史》《未来简史》 |
| 13 | 余华 | 2 | 《活着》《兄弟》 |

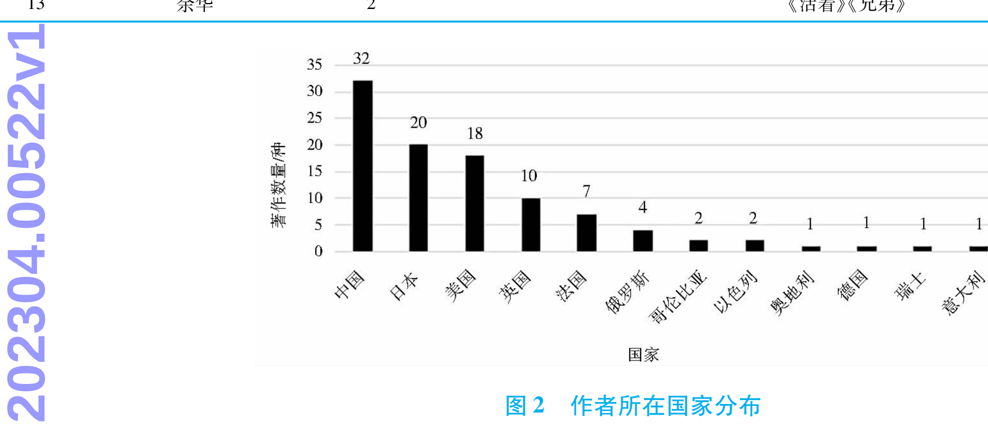



图 2 作者所在国家分布



以前的著作有 16 种，主要是经典著作，如《易经》《红楼梦》《资本论》《卡拉马佐夫兄弟》《梦的解析》等，这些著作经历了时间检验，是人类知识的永恒经典。20 世纪的著作有 42 种，主要是文学、历史学的经典，如《霍乱时期的爱情》《月亮与六便士》《人间词话》《全球通史》等，此外还推荐有科普作品《时间简史》、教材《社会心理学》、奇幻小说《魔戒》等，所推荐图书更为多样化。21 世纪著作有 41 种，其中通俗文学、经典文学、科幻作品、绘本等占据较大比重，如《房思琪的初恋乐园》《海边的卡夫卡》《三体》《观山海》等。

### 3.1.3 图书类型

按照中国图书分类法，99 种图书类别归属于 12 个类目，具体见表 2。

所推荐的图书里文学类高达 69 种，如曹雪芹的《红楼梦》、亚历山大·仲马的《基督山伯爵》。历史、地理类 7 种，如勒芬·斯塔夫罗斯·斯塔夫里阿诺斯的《全球通史》。艺术 6 种，如 E. H. 贡布里希的《艺术的故事》。哲学、宗教 5 种，如西格蒙德·弗洛伊德的《梦的解析》。政治、法律 3 种，如罗翔的《圆圈正义》。马克思主义、列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论 2 种，如卡尔·马克思的《资本论》。社会科学总论 2 种，如古斯塔夫·勒庞的《乌合之众》。工业技术 1 种，为托马斯·科尔曼的《算法导论》。生物科学 1 种，是理查德·道金斯的《自私的基因》。数理科学和化学 1 种，为乔治·伽莫夫的《从一到无穷大》。天文学、地球科学 1 种，是斯蒂芬·威廉·霍金的《时间简史》。文化、科学、教育、体育 1 种，为莫提默·J. 艾德勒和查

表 2 推荐图书分类

| 类名 | 图书/种 | 比例/% |
|---|---|---|
| 文学 | 69 | 69.70 |
| 历史、地理 | 7 | 7.07 |
| 艺术 | 6 | 6.06 |
| 哲学、宗教 | 5 | 5.05 |
| 政治、法律 | 3 | 3.03 |
| 马克思主义、列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论 | 2 | 2.02 |
| 社会科学总论 | 2 | 2.02 |
| 工业技术 | 1 | 1.01 |
| 生物科学 | 1 | 1.01 |
| 数理科学和化学 | 1 | 1.01 |
| 天文学、地球科学 | 1 | 1.01 |
| 文化、科学、教育、体育 | 1 | 1.01 |

尔斯·范多伦的《如何阅读一本书》。

## 3.2 推荐效果

### 3.2.1 视频特征值

74 个视频的时长、播放量、点赞数、投币数、收藏数、转发数、评论数和弹幕数刻画了推荐书目视频的基本情况，其描述性统计特征如表 3 所示：

表 3　描述性统计分析

| 视频特征 | 最小值 | 最大值 | 平均值 | 标准差 |
|---|---|---|---|---|
| 视频时长/秒 | 45 | 1.59E+03 | 5.16E+02 | 3.37E+02 |
| 播放量/次 | 7 | 2.47E+06 | 1.01E+05 | 3.53E+05 |
| 点赞数/次 | 0 | 2.65E+05 | 9.57E+03 | 3.71E+04 |
| 投币数/次 | 0 | 9.50E+04 | 3.37E+03 | 1.35E+04 |
| 收藏数/次 | 0 | 4.70E+04 | 2.52E+03 | 8.29E+03 |
| 转发数/次 | 0 | 1.30E+04 | 4.61E+02 | 1.79E+03 |
| 评论数/条 | 0 | 9.90E+03 | 4.49E+02 | 1.48E+03 |
| 弹幕数/条 | 0 | 1.30E+04 | 6.74E+02 | 2.08E+03 |

从表 3 中可知，视频时长最长为 1 587 秒，是“【读书】#03 一只特立独行的猪||科学、理性、文化、迷信”，推荐的著作是《一只特立独行的猪》；最短仅为 45 秒，是“2020.4.23，我们一起读＜君主论＞”。播放量最大数是 2 473 000 次，是“【罗翔】读书日快到了，为大家推荐最近我在读的一本书”，推荐的著作是《忏悔录》，该视频同时也是点赞数（265 000 次）和投币数（95 000 次）最高的视频；播放量最小仅为 7 次，是“【读书等身】阅读是一种习惯，沉浸其中便是一种享受”，推荐的著作是《你的名字》。点赞数、投币数、转发数、评论数、弹幕数皆为 0 的视频为“读书分享（推理小说）”，推荐的著作是《嫌疑人 X 的献身》。收藏数（47 000 次）、转发数（13 000 次）和弹幕数（13 000 次）最高的视频为“读懂这本旷世奇书，彻底摆脱智商税！～查理芒格之书【所长】”，推荐的著作是《穷查理宝典》。收藏数为 0 的视频是“（推书）推荐一些自己喜欢的书，没错！我就是为了那个好看的头像挂件”，推荐的著作为《默读》。评论数最高为 9 899 次，所推荐的著作是《房思琪的初恋乐园》。

### 3.2.2 相关性分析

推荐视频 8 个描述性特征变量相互关系是书目推荐效果的内在反映。表 4 皮尔逊相关分析表明，虽然视频时长传递了信息量丰裕程度，但与播放量、点赞数、投币数、收藏数、转发数、评论数、弹幕数不存在相关关系。播放量、点赞数、投币数、收藏数、转发数、评论数、弹幕数之间存在显著相关关系，说明用户视频播放次数是推荐视频效果的最直接指标，直接反映了用户个人与交互行为意愿。

表 4　推荐视频特征相关分析

| 特征变量 | 视频时长 | 播放量 | 点赞数 | 投币数 | 收藏数 | 转发数 | 评论数 | 弹幕数 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 视频时长 | 1.000 | －0.097 | －0.120 | －0.097 | －0.019 | 0.037 | －0.043 | 0.062 |
| 播放量 | －0.097 | 1.000 | 0.981* | 0.965* | 0.821* | 0.667* | 0.793* | 0.715* |
| 点赞数 | －0.120 | 0.981* | 1.000 | 0.969* | 0.777* | 0.614* | 0.774* | 0.689* |
| 投币数 | －0.097 | 0.965* | 0.969* | 1.000 | 0.841* | 0.722* | 0.721* | 0.739* |
| 收藏数 | －0.019 | 0.821* | 0.777* | 0.841* | 1.000 | 0.937* | 0.824* | 0.856* |
| 转发数 | 0.037 | 0.667* | 0.614* | 0.722* | 0.937* | 1.000 | 0.625* | 0.899* |
| 评论数 | －0.043 | 0.793* | 0.774* | 0.721* | 0.824* | 0.625* | 1.000 | 0.656* |
| 弹幕数 | 0.062 | 0.715* | 0.689* | 0.739* | 0.856* | 0.899* | 0.656* | 1.000 |

注：* 表示 $p < 0.05$，相关性显著

## 3.3 推荐动因

视频字幕是书目推荐原因的内容阐述，透过字幕数据可以探索 UP 主们图书推荐的各类动机。因此，本文通过开放编码、主轴编码和选择编码建立数据之间的内在关联，生成推荐动因理论模型，阐释视频和书目推荐动因。

### 3.3.1 开放性编码

开放编码是数据解读、分类和概念化的过程。首先，利用 NVivo 12 plus 质性分析软件，以开放、真实原则对 74 份原始字幕文本进行编码，共计得到 553 条原始语句及其对应标签。其次，比较分析和归纳整合标签，得到 43 个概念。最后，对所得的初始概念进行归纳、整合与范畴化，得到 10 个范畴。编码举例见表 5。

### 3.3.2 主轴编码

主轴编码是在开放编码基础之上深入探寻范畴之间的关系，发现概念和类属之间的关联和差异。本文通过主轴编码分析提炼出 4 个主范畴，分别是个体特征、读书功用、知识价值、社会互动，各主范畴内涵及对应范畴见表 6。

表 5 开放式编码建构的初始概念和范畴

| 范畴 | 初始概念 | 代表性原始字幕 |
| --- | --- | --- |
| 推荐主体 | 个人爱好 | 最近非常迷苏轼,在网上看完了《苏轼传》,也是王水照先生的,然后又买了这本书《苏轼评传》 |
| | 个人经历 | 其中我对于《你今天真好看》的印象非常深刻,来源于我很早之前在上海外文书店的一次相遇 |
| | 个人性格 | 然后可能我小时候比较自卑,所以想看一些这种类型的书来给自己心理支柱 |
| 推荐对象 | 他人爱好 | 如果你是中国古代神话的铁粉,千万不要错过这本清华社出版的《山海经》 |
| 拓展认知 | 增长知识 | 话说如果想了解世界史,而且只能选一本通史来读的话,那么选这本一定没错的 |
| | 思想升华 | 这里要给大家推荐一本书《自私的基因》,这将是打破家庭对你的束缚,解除基因锁,开启独立思考的钥匙 |
| | 开阔视野 | 可以多看一些心理学的书,就是在你遇到问题的时候,它可以让你多一些角度来思考一些问题 |
| | 思维冲击 | 这是一本采访日志,但他采访的不是公众人物,而是一个特殊群体——神经病人,这本书给我的思维冲击是很大的 |
| 提升能力 | 提高技能 | 也就是说假如你想更好地提升自己的逻辑表达能力的话,我觉得这本书是非常好的 |
| | 掌握方法 | 它教给我们辨别真伪科学的方法,让我们看到了科学运作的整个流程 |
| | 获取技巧 | 作者在这一层次的论述里面讲到了几个阅读的基本技巧,包括控制阅读速度的方法等等 |
| 解决问题 | 生活运用 | 它所提供的这些概念,能够让我反复地去思考,并且能够实际的运用到生活当中 |
| | 学习运用 | 如果你是热爱法律并且已经踏上法学的道路的同学,那么你此时读罗老师的这本书,法律小白会瞬间解惑 |
| | 工作运用 | 那么如何让自己有机会做到某个领域的顶尖水平呢? 芒格给投资人推荐了三个步骤 |
| 著作内容 | 可读性 | 三本的可读性都很强,我都是拿得起放不下,读了根本停不下来 |
| | 生动有趣 | 王小波他的风格是属于比较幽默的,他特别喜欢在散文里面说一些俏皮话来说明他的观点 |
| | 内容高质 | 因为确实是逻辑啊,还有那些故事剧情啊,然后还有人物感情的那种递进啊,都写得特别好 |
| | 引起共鸣 | 虽然他确实是一个比较调皮,而且不是一个很好的孩子,但是你会觉得这本书引起你的共鸣 |
| | 经典作品 | 因为我觉得真的太经典了,就这本书,没看过的同学,人生必看之书 |
| | 温暖治愈 | 但是当我看完最后一页,合上书的那一瞬间,我的心里荡漾起了无限的温暖与善意 |
| | 刻画细腻 | 村上他对人物的刻画还是比较细腻的,就它里面的每个人物都是比较性格鲜明 |
| | 内容权威 | 为什么我要推荐这一本呢,因为它大呀,开玩笑,主要是因为这本书权威 |
| | 耐读性 | 他的书足够耐看,看完他的书之后过些日子再回头看会带来更多不同的体验 |
| | 代入感强 | 看这本书的时候会觉得自己置身在那个故事里面,会觉得那些人物都是你自己身边实实在在存在的人一样 |
| | 吸引力强 | 这本书中最吸引我的部分就是一些有关于科学、迷信、理性、文化、道德以及知识分子等讨论 |
| | 反映现实 | 不只是单纯的推理小说,每本书都着力于社会现象,反映思考社会问题 |
| | 设定新颖 | 但《海底两万里》一开始就得到大家的欢迎,它所带来的奇特的异域风情,给人耳目一新的感觉 |
| 著作形态 | 装帧精美 | 这本书它和普通的一般传统纸质书有很大的不同,最明显的一点就是它的装帧工艺非常特殊 |
| | 书籍知名度广 | 尤瓦尔·赫拉利的《人类简史》,这本应该无人不知无人不晓吧 |
| | 作者知名度高 | 它是当今非常著名的一位物理学家霍金的关于宇宙类的一部科普类的书籍 |
| | 篇幅较短 | 整个篇幅也不长,可以看到挺薄的,所以比较适合就是花几个小时直接一口气把它读完 |
| | 价格低廉 | 最后也就是最最重要的,这本书只要 24 元非常便宜,而且是在满 100 减 50 的情况下买的 |
| | 优秀系列丛书 | 第一类是人民文学出版社出版的这一个系列的书,我真的非常非常喜欢这个系列 |
| | 版本优质 | 我这套版本还不错啊,这个是新加坡南洋出版社出的盒装纪念版,应该还算是有些收藏价值的 |
| | 出版社口碑好 | 它是上海译文出版社,如果是买那个外国小说的话,这个出版社就比较推荐 |
| | 翻译精良 | 其实读外国文学,翻译真的很重要,大家还是要好好的选一下 |
| 人际互动 | 他人推荐 | 今天给大家带来一本书,罗翔老师的《圆圈正义》,这本书当时老师在 b 站上曾经推荐过 |
| 社会影响 | 影视热度 | 《流浪地球》这部电影,它在 2019 年春节档上映到现在已经过去一年多了 |
| | 社会时事 | 因为近期新冠肺炎疫情的爆发,然后《鼠疫》这一部作品呢又重新的回到了大家的视线中 |
| | 流行语热度 | 反正我的理由很简单,就是因为八字:“生而为人,我很抱歉”,2019 年这句话也太火了吧 |
| | 书籍热度 | 我今天推荐一本《球状闪电》,它是刘慈欣写的,据说是三体的前传 |
| | 游戏热度 | 因为我非常喜欢《巫师》这个游戏,所以呢我后面买了它的原著,也就是《猎魔人》系列 |
| 推广策略 | 书籍宣传点 | 说起来今天推荐的也是一本纸质书,这本书可以说是纸质书向电子书宣战的代表作 |

**表 6　主轴编码形成的主范畴**

| 主范畴 | 对应范畴 | 范畴含义 |
|---|---|---|
| 个体特征 | 推荐主体 | 推荐主体内在属性特征 |
| | 推荐对象 | 推荐对象内在属性特征 |
| 读书功用 | 拓展认知 | 阅读著作能拓展对事物的认知 |
| | 提升能力 | 阅读著作能培养读者自身能力 |
| | 解决问题 | 阅读著作能帮助读者解决现实中的问题 |
| 知识价值 | 著作内容 | 著作的语言、情感、情节、品质等内在特征 |
| | 著作形态 | 著作的版本、出版社、价格等外在形式特征 |
| 社会互动 | 社会影响 | 影响著作选择的社会时事热点话题 |
| | 人际互动 | 影响著作选择的个体交流方式 |
| | 推广策略 | 影响著作选择的图书宣传推广策略 |

### 3.3.3　选择性编码

选择性编码是对主范畴及其关系进行理论概化，明确揭示研究问题的主线，发展核心范畴，将原始资料提升至理论高度。本文通过对字幕数据、概念、范畴和主范畴进行分析，提炼出“社会化视频书目推荐动因”这一核心范畴，选择性编码过程如图 3 所示：

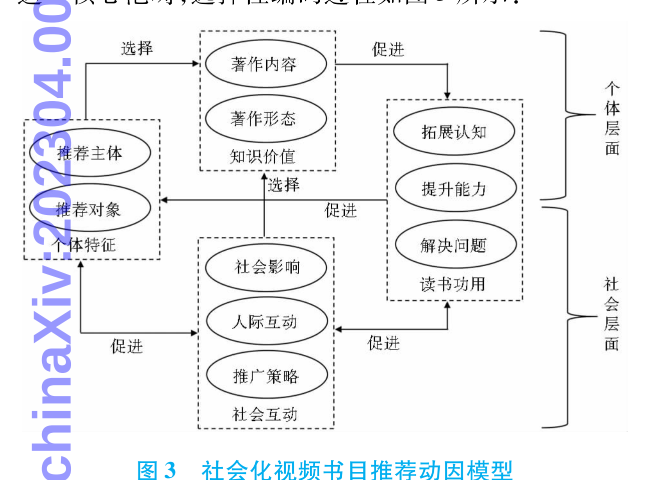



**图 3　社会化视频书目推荐动因模型**

(1)个体特征是著作推荐的内在原因，包括推荐主体和推荐对象的特征，决定了对著作内容和形态的取舍选择。推荐主体会根据自己的爱好、经历或者性格来选择图书，以此构成阅读的基调，同时也会考虑到推荐对象的爱好，为推荐对象提供书目参考，例如向对人际关系感兴趣的对象推荐《社会心理学》，向喜欢中国古代神话的对象推荐《山海经》，向好奇宇宙起源发展的对象推荐《时间简史》。

(2)读书功用是书目推荐的根本因素，包括解决问题、拓展认知和提升能力范畴。解决问题主要是指该书籍帮助读者解决现实生活、学习、工作中遇到的问题，如《被讨厌的勇气》为读者处理人际关系问题提供了参考。拓展认知主要是指阅读该类图书可以为读者提供理解事物的多种视角、拓展读者知识面、影响读者的思维方式，所推荐图书具有较高的广度和深度，例如尼科洛・马基雅维里的《君主论》为读者提供了从利益角度看问题的思路。提升能力指的是可以帮助读者提高自身技能、获取新技巧和方法，这类图书主要为实用类书籍，如莫提默・J. 艾德勒和查尔斯・范多伦的《如何阅读一本书》。

(3)知识价值是书目推荐的直接原因，包括著作内容价值和著作形态价值两个方面。例如语言风格、版本等价值也是推荐动因之一，UP 主结合自身阅读体验，比较注重推荐生动有趣书籍以吸引读者，如果书籍内容过于专业硬核，读者很可能读不下去。特别是在科普类书籍方面，UP 主们一般推荐的都是通俗易懂和风趣幽默的书籍，如尤瓦尔・赫拉利的《人类简史》。优质的版本可以为一本好书锦上添花，如果版本质量不好也会影响阅读体验，因此版本也是 UP 主们注意和强调的方面，如有 UP 主特意推荐翻译版本较好的岳麟译的《罪与罚》。

(4)社会互动程度是书目推荐的外在原因，包括社会影响、人际互动、图书推广策略。B 站“读书等身”活动期间，新冠疫情还在全球蔓延，这也直接影响到了 UP 主们的图书推荐，如《鼠疫》与《霍乱时期的爱情》被不断提及。人际之间的交流互动会让读者对他人推荐的书籍产生阅读欲望，图书的推广宣传也是激发读者阅读兴趣的必要手段，但这两者相对于社会影响来说影响范围相对较小。

从个体层面来说，个人特征决定了知识价值的选择，进而促进了读书的功用。从社会层面来说，读书习惯促进个体发展，读书活动促进社会进步，而社会环境也会影响读书的价值取向和个体特征。

### 3.3.4　理论饱和度检验

本研究在完成 74 个视频的编码后，对预留的 10 个视频样本进行理论饱和度检验，发现没有新的范畴出现。因此，本研究所形成的理论达到饱和。

## 4　结论与启示

### 4.1　主要结论

(1)在推荐内容方面，一是以经典文学为主，因为其经过了时间的考验，不管在哪一时代都能给人们带来启发和思考。即使读者已经阅读过一遍经典文学，但还是可以常读常新，不断有新的发现、新的收获。二是通俗文学、科幻作品、绘本等占据较大比重。B 站是中国年轻人聚集的文化社区，其中 18－35 岁的用户占总用户数的 78%，且大多数 UP 主的年龄层次处于 20

-35 岁之间[15]，因此所推荐的作品具有年轻一代的需求特征。三是日本作品也占据较大比例(20.20%)，而且在各个排名阶段也有分布，说明其推荐次数不低。其中东野圭吾是日本推理小说作家，同时也是 B 站最受欢迎的作家之一，共有 8 本书被推荐，其作品内容符合了当代青年的心理需求[16]，如《白夜行》推理严谨、情节紧凑、剧情烧脑，读者阅读时需全身心投入，这不仅带给读者精神上的刺激与享受，还可以缓解其身心压力。四是 ACGN 亚文化影响明显，ACGN 亚文化是动画(Animation)、漫画(Comic)、游戏(Game)、轻小说(Novel)的合称，起源于日本，也称二次元文化。B 站聚集着大量 ACGN 亚文化爱好者，其推荐书目也在一定程度上受到了 ACGN 亚文化的影响，如新海诚《天气之子》《天气之子官方视觉设定集》《言叶之庭》《你的名字》就是动画电影《天气之子》《言叶之庭》《你的名字》的原著和衍生作品。

与传统的阅读推广内容相比，社会化视频更能直观有效地反映用户的阅读兴趣和情感，而明确把握用户阅读偏好才能持续不断地提高视频影响力，从而被更多用户所熟知。传统阅读推广内容主要来自图书馆、主流媒体和知名专家学者，与用户阅读偏好或多或少存在距离感。从这个意义上来说，社会化视频阅读推广内容和传统阅读推广内容具有较好的互鉴性和互补性。

(2)在推荐方式方面，社会化视频因其较强的趣味性、形象性和互动性带来了可观的用户数量，个别视频观看数量高达数十万次乃至百万次，具有传统推广渠道无法比拟的影响力。而视频长度和视频影响力没有显著的相关关系，视频影响力主要体现在播放量、点赞数、投币数、收藏数、转发数、评论数和弹幕数，相互之间具有显著的相关性。

传统阅读推广形式以书展、图片展、影展、报告、交流、竞赛等为主，利用图书、报纸和期刊等纸质媒介，由上往下，单向推广[17]，而社会化视频阅读推广不仅内容类型丰富，还能进行实时互动反馈，用户的每一次播放、点赞、评论、转发等都是其态度和兴趣的自我呈现，更能体现用户的行为特征和推广效果。

(3)在推荐动因方面，个体特征、读书功用、知识价值和社会互动构成社会化视频书目推荐动因的维度，这也说明书目推荐同样是内因和外因共同作用的结果，尤其是著作自身的内容和形式价值、读书所带来的价值是主要原因，而社会互动是次要原因，因为大部分 UP 主较少从短期社会热点角度进行推荐，读者也主要通过新闻和自媒体报道来了解和跟进社会热点，阅读一本书的周期相对较长，不利于短时间内产出对社会热点的看法。

与传统阅读推广动因相比，社会化视频阅读推广动因具有较大个人倾向性，因此更能体现用户自身阅读习惯和偏好。传统阅读推广动因主要为引领主流价值观、传承经典文化和弘扬优秀传统，而社会化视频推广社会互动影响更为明显，功利性倾向也更为显著，说明用户更加在意阅读所能获得的直接收益。

总体而言，B 站的社会化视频阅读推广具有如下 3 个特点：①草根原创性和内容多样性，用户来自学生、教师、作家、歌手和自媒体人等社会群体，知识背景丰富多彩，视频内容也更加多元，如作家兼 UP 主阿馨原创美文推荐了可以迅速提升文笔的书。②去中心化和养成互动性，同一本书会有多个视频从不同视角对图书进行讲解和推荐，如 UP 主去之不远从性心理危机的角度解说《白鹿原》，而用户的播放、点赞等互动行为决定了视频的影响力和推广效果。③自我价值表达和社会价值实现是社会化视频推广的两项动因，中国政法大学罗翔教授的推广视频中包含的法学知识是其自我价值的表达，而视频达到的法律普及效果是其社会价值的实现，两者一体两面，相互成就。

### 4.2 实践启示

青年群体是数字化阅读占比最高的人群，也是阅读推广的重要对象，图书馆应多方了解其阅读行为与兴趣。B 站作为国内热门社会化视频网站和青年文化社区[18]，已吸引数家图书馆在该平台开通账号，其粉丝数也在迅速增长，如上海图书馆 B 站的粉丝数已达 2.1 万。借助社会化视频平台开展服务，无疑具有较好的用户基础。因此，社会化视频阅读研究具有较强的时代感和现实性，对于图书馆阅读推广而言，有如下启示：

#### 4.2.1 画像用户，关注青年阅读特点

B 站、抖音、快手和豆瓣等都是青年用户占主体的平台，月活跃用户均超过 1 亿，可为图书馆研究青年群体的阅读行为和阅读特点提供较好的数据样本。除 B 站的“读书等身”活动之外，抖音“都来读书”全民阅读计划，快手“陪你读书”直播活动和豆瓣年度读书榜单也积累了丰富的阅读数据。挖掘分析上述阅读数据，呈现青年群体阅读画像，对于把握社会化媒体用户的阅读趋势、有针对性地开展阅读推广等具有积极的参考价值。

#### 4.2.2 主动入驻,重视视频营销模式

图书馆可主动入驻B站、抖音、快手等社会化视频平台,建立官方账号,创新服务形式。在服务定位、话题策划、视频制作、内容编排、宣传推广、质量审核、效果评价等方面不断创新,将流量转换为阅读量,将带读转化为悦读。

#### 4.2.3 推广经典,引导主流阅读文化

每个网站都有各自的文化氛围,B站作为二次元起家的视频网站,有着浓厚的亚文化特征,以少数人为载体的亚文化,其本质上是非主流和反主流的边缘文化产物[19]。因此,图书馆应主动参与至网络主流文化建设中,在兼顾实用性和社会热门作品的同时,应积极推广中华优秀传统文化,弘扬时代主旋律,引导积极健康向上的阅读文化。

#### 4.2.4 双向互动,建立良好阅读生态

一方面,视频的播放量、点赞数和评论数等代表了用户对视频的回应,图书馆可挖掘分析视频平台后台数据,及时掌握用户潜在的需求变化特征与阅读行为规律。另一方面,图书馆应激励用户参与视频阅读推广的话题发起、视频制作与话题讨论,激活草根的力量,让用户真正参与至阅读推广活动之中,在有效的互动之中,营造良好的阅读生态,提升视频用户的阅读体验。

#### 4.2.5 提升质量,塑造活动品牌

话题引人、画面动人、内容精良是增加粉丝粘合度的必备要求。视频阅读推广不仅要重视选题策划、剧本创作、台词风格、人物形象、拍摄技术、服装道具等内容制作,还应重视视频呈现方式,打造特色系列推广活动,塑造阅读推广活动的品牌,进而吸引更多用户,提高图书馆阅读推广的影响力。

## 5 结语

本文以B站“读书等身”活动产生的99种推荐图书及其74个推荐视频为数据分析对象,初步探索分析了社会化视频中阅读推广的内容特征及其动因,并对图书馆阅读推广活动提出建议。本文创新之处在于:①研究对象方面,以B站“读书等身”活动视频为对象,聚焦青年群体的阅读特征,鲜有相关研究。②研究路径方面,采用混合研究路径,采集定量和定性数据,从现象描述和动因解释两个方面较为深入研究了社会化视频阅读推广模式。③研究结论方面,从社会化视频阅读推广内容、形式、动因3个方面提出与传统阅读推广的特色之处,为图书馆阅读推广拓展了思路。

本文也存在诸多不足之处,如样本数据较少,视频分析方法较为单一、与图书馆数据关联性不强等,因此,在今后的研究中,可在书目数量、数据完整性、推广效果评价等方面开展更为深入的研究。

**参考文献:**


[1] 王连君.梁启超与胡适两种国学书目之比较[J].图书馆学刊,2016,38(3):109－110,114.

[2] 四川大学图书馆.四川大学《“52经典悦读”书目》正式发布[EB/OL].[2021－03－22].http://lib.scu.edu.cn/node/97887.

[3] 张慧丽.儿童早期阅读推荐书目研究[J].图书与情报,2012(3):53－57.

[4] 唐玖江,荣维东,薛相锋.青少年课外阅读推荐书目研究:基于中小学语文课程标准实施视角[J].图书馆杂志,2020,39(5):64－74.

[5] 孟祥保.世界一流大学学生在读什么经典?——一项来自百万开放课程大纲大数据的研究[J].大学图书馆学报,2020,38(1):68－75.

[6] 黄颖,杨贺晴.高校图书馆微信公众平台推荐书目模式及效果调查研究[J].大学图书馆学报,2018,36(3):75－83,101.

[7] 刘伟,井景文.突发公共事件视域下图书馆阅读服务策略探析——基于“新冠肺炎”疫情下的阅读推广研究[J].图书情报工作,2020,64(15):138－143.

[8] 熊静,王丽丽.近二十年来中国传统经典推荐书目综论[J].图书馆建设,2020(5):14－24,32.

[9] 隋鑫,颜雨钦.我国省级公共图书馆短视频服务运营探析——基于抖音App的数据分析[J].图书馆学研究,2021(1):65－71.

[10] 常倩倩.视频类平台视域下农村阅读的带读机制策略研究——以黑龙江省地区为例[EB/OL].[2021－03－22].http://kns.cnki.net/kcms/detail/23.1331.G2.20210218.1427.004.html.

[11] 徐彤阳,李婷.短视频社会化阅读推广效果分析——以抖音短视频为例[J].图书馆,2021(2):74－81.

[12] 杨玉宇,张鹏翼.视频社会化标引与标引娱乐化研究——以哔哩哔哩弹幕网为例[J].图书情报工作,2020,64(8):125－133.

[13] bilibili.“读书等身”活动[EB/OL].[2021－03－22].https://www.bilibili.com/blackboard/activity-gNeFPygv0.html?spm_id_from=333.851.b_7265706f7274466972737431.1.

[14] 克雷斯韦尔,查克.混合方法研究:设计与实施[M].游宇,陈福平,译.重庆:重庆大学出版社,2017.

[15] bilibili.bilibili Z世代乐园[EB/OL].[2021－03－22].https://www.bilibili.com/blackboard/aboutUs.html.

[16] 王梦洁.社会化阅读背景下豆瓣网图书话题设计研究[D].长沙:湖南师范大学,2019.

[17] 李海燕,董颖,宋妮.图书馆微博阅读推广实践探索——以大连外国语大学图书馆为例[J].图书馆学刊,2016,38(5):127－128.

[18] 周浩. 共青团中央在哔哩哔哩网站的主流价值观传播策略研究[D]. 保定:河北大学,2019.
[19] 陈静. 作为一种新兴文化形式的玄幻剧[J]. 艺术评论,2017(6):75-79.

**作者贡献说明:**
许秦:提出问题、负责数据收集与分析、撰写初稿;
孟祥保:负责研究设计、建立模型与修改论文;
顾建新:参与修改论文。

## The Characteristics and Motivation of Recommended Bibliography of Social Video: A Case Analysis of 'Du Shu Deng Shen' of Bilibili

Xu Qin[1] Meng Xiangbao[2] Gu Jianxin[2]
[1] School of Economics and Management, Southeast University, Nanjing 211189
[2] Southeast University Library, Nanjing 211189

Abstract: [Purpose/significance] Recommended bibliography of social videos is the new model of reading promotion. In-depth study of it helps to explore more precise and personalized reading promotion services. [Method/process] The paper selected the top 99 recommended books and their recommended videos produced by 'Du Shu Deng Shen' of bilibili. Then, it analyzed the content characteristics of the recommended books, the relationship between the video characteristics and the recommended in effect, and constructed the motivation model of recommended bibliography of social videos through grounded theory. [Result/conclusion] The content of the recommended bibliography is mainly classics, and the promotion method has strong interaction and high influence. The promotion motivation includes individual characteristics, reading function, knowledge value and social interaction factors. For libraries, the promotion of social video reading should be strengthened in five aspects: user behavior, video marketing, reading content, reading ecology, and brand building.

Keywords: recommended bibliography bilibili reading promotion library video marketing



### 《图书情报工作》杂志社发布出版伦理声明

为加强和增进学术论文写作、评审和编辑过程中的学术规范、科研诚信与学术道德建设,树立良好学风,弘扬科学精神,坚决抵制学术不端,建立和维护公平、公正、公开的学术交流生态环境,《图书情报工作》杂志社(包括《图书情报工作》《知识管理论坛》两个期刊编辑部)结合两刊实际,特制订出版伦理声明并于 2020 年 2 月正式发布。

该出版伦理声明承诺两刊将严格遵守并执行国家有关学术道德和编辑出版相关政策与法规,规范作者、同行评议专家、期刊编辑等在编辑出版全流程中的行为,并接受学术界和全社会的监督。共包括三大部分,总计十五条,分别为:一、作者的出版伦理(①学术论文是科学研究的重要组成部分;②学术不端是学术论文的毒瘤;③作者是学术论文的主要贡献者;④ 作者署名体现作者的知识产权与学术贡献;⑤学术论文要高度重视知识产权与信息安全;⑥参考文献的规范性引用是学术规范的重要表征;⑦要高度重视研究数据与管理的规范性;⑧建立纠错与学术自我净化机制)。二、同行评议专家的出版伦理(⑨同行评议是论文质量的重要控制机制;⑩评审专家应遵守论文评审的相关要求;⑪评审专家要严格遵循相关的伦理指南和行为准则)。三、编辑的出版伦理(⑫编辑应成为学术论文质量的守护者;⑬编辑应在学术道德建设中发挥监控作用;⑭编辑要成为遏制学术不端的最后屏障;⑮对学术不端实行"零容忍")。

全文请见:http://www.lis.ac.cn/CN/column/column291.shtml

(本刊讯)